

Л.А. Кривенцова, аспирант
Екатеринбург, ГОУ ВПО УГТУ-УПИ

КОНЦЕПЦИЯ КОНКУРЕНТНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ФИРМ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В данной статье представлены характеристика и особенности различных видов межфирменного взаимодействия в конкурентной среде – конкурентная борьба, сотрудничество и конкурентное сотрудничество. Приоритетным видом межфирменного взаимодействия выделяется конкурентное сотрудничество как комплексная категория, построенная на двух диаметрально противоположных видах взаимодействия – конкуренции и сотрудничестве.

При переходе к рыночной экономике Россия претерпела структурные преобразования и столкнулась с рядом проблем, которые возникли в новых для страны рыночных условиях. В частности, предприятия, которые не смогли адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, по оценкам зарубежных экспертов, оказались неконкурентоспособными на мировом рынке. В связи с этим возникает потребность в оценке и повышении уровня конкурентоспособности российских предприятий не только в рамках национальной экономики, но и мирового рынка в целом.

Проблеме повышения конкурентоспособности посвящены работы многих отечественных и зарубежных экономистов, но, несмотря на значительное количество данных исследований, в настоящее время не существует четкого определения конкуренции и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов применительно к изменяющимся условиям мирового рынка.

Конкуренция является одним из условий существования рынка. Следовательно, конкуренция – одна из форм взаимодействия хозяйствующих субъектов. Поэтому при вступлении в конкурентную борьбу победа или выигрыш становятся для хозяйствующего субъекта самоцелью, тем самым главная цель – удовлетворение потребностей – теряет экономический смысл или отходит на второй план. Конечным итогом конкурентной борьбы является ситуация, когда на рынке остается одна фирма, что неизбежно приводит к монополизации рынка и ликвидации конкуренции как формы взаимодействия.

В условиях конкурентной борьбы фирмы стремятся не только к максимизации прибыли, но и к независимости как от других хозяйствующих единиц, так и от любого внешнего воздействия, из чего следует, что конкурентная борьба есть проявление автаркии, а то и отношений подчинения.

Как известно, автаркия – это замкнутая система, в основе которой лежит принцип самообеспечения. По словам Т.П. Нестеровой, «одной из задач автаркии является укрепление идеологического единства»¹. Таким образом, фирма

¹ Нестерова Т.П. Идея автаркии в экономике и культуре Италии 1930-х гг. // Экономическая культура в условиях развития рыночной экономики: Межвузовский сборник. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2006.

становится атомистической системой, лишенной не только, и даже не столько, отрицательного, сколько положительного влияния извне, то есть фирма лишается какого-либо конструктивного воздействия на ее экономическое положение, что может стать причиной регресса хозяйственной деятельности и привести к банкротству.

Из этого можно сделать вывод, что конкурентная борьба носит, в том числе, и отрицательный характер, как и любой другой конфликт, и не является единственной формой взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Альтернативой конкурентной борьбы является сотрудничество. Предварительным условием сотрудничества является то, что фирмы участвуют в коллективных действиях для достижения общих целей.

В рамках сотрудничества экономическая среда полностью меняется, делая акцент на системе стратегической взаимозависимости фирм, преследующих конвергентные интересы и извлекающих взаимные прибыли.

Первые попытки объяснить понятие сотрудничества привели к изменению рыночной парадигмы от транзакционной к реляционной².

Согласно реляционной парадигме, рынок больше не является атомистической структурой, основанной на прямом (мгновенном) обмене, а становится системой постоянных и продолжительных отношений, с помощью которых фирмы устанавливают взаимные обязательства, реализуют процесс взаимной адаптации и объединяют стоимость.

Сложность технологических систем и возрастающая турбулентность сценариев конкуренции усиливают важность межфирменных отношений как источник создания стоимости и возможность стимулирования дееспособности фирм. Помогая фирмам развивать стратегическую гибкость и производительность, межфирменные отношения являются стратегическим активом и источником конкурентного управления в постоянно меняющейся конкурентной среде.

В широком понимании сотрудничество есть совместное использование (обмен или объединение) ресурсов и/или управленческих структур для создания конкурентного преимущества. Таким образом, основной целевой компонентой концепции стратегического сотрудничества становится синергетический эффект.

Конкуренция в рамках рыночной экономики является объективной реальностью, которая обуславливает способность предприятий к существованию и развитию. В конкурентной среде предприятия вступают во взаимодействие друг с другом, однако данное взаимодействие является косвенным (или пассивным).

Любое предприятие характеризуется стремлением к существованию и сохранению деятельности. Сохранение деятельности является ключевым звеном во взаимодействии с другими бизнес-единицами, то есть имеет место воздейст-

² Dagnino G., Padula G. Coopetition Strategy. Towards a New Kind of Interfirm Dynamics?// EURAM – The European Academy of Management Second Annual Conference “Innovative Research in Management”. 9-11 May 2002. Stockholm, 2002.

вие одного предприятия на другое, но данное воздействие является опосредованным.

Прямое воздействие характеризуется непосредственным вмешательством в деятельность другого хозяйствующего субъекта. Например, враждебные поглощения, слияния, шантаж и т.д. В данной ситуации у предприятия, порождающего такого рода взаимодействие, исчезает стимул в собственном развитии.

В рамках рыночной экономики предприятия являются равноправными единицами, поэтому имеет место косвенное конкурентное взаимодействие, которое предполагает следующее:

- предприятия являются независимыми самостоятельными хозяйствующими единицами;
- система принятия решений основывается на собственном анализе внешних и внутренних факторов.

По этой причине непосредственно предприятия друг на друга воздействовать не могут при условии, что они не являются частью вертикально-интегрированных структур.

Деятельность предприятия осуществляется на двух уровнях: макроуровень и микроуровень.

На микроуровне деятельность направлена на саморазвитие, на реализацию собственных целей. Развитие – это преследование меняющихся целей, поэтому задачей предприятия на данном уровне является разработка стратегии развития и повышения собственного имиджа.

На макроуровне деятельность направлена вовне, то есть непосредственно связана с распределением и потреблением материальных и духовных благ.

Таким образом, конкуренция как форма развития взаимодействия является основой и стимулом усиления деятельности на микроуровне.

Конкуренция, являясь формой развития взаимодействия предприятий, может ускорить развитие обеих конкурирующих сторон на макроуровне только в том случае, если изначально они находятся примерно на одном уровне развития, то есть технологически и технико-экономически предприятия должны быть соизмеримыми. Поэтому в современной экономике приоритетным направлением конкурентного взаимодействия предприятий на макроуровне становится конкурентное сотрудничество.

Любое конкурентное сотрудничество представляет собой комплексную категорию, так как построено на двух диаметрально противоположных видах взаимодействия. Понятие конкуренции построено на утверждении, что деятельность людей направлена на максимизацию собственной выгоды. Предпосылкой сотрудничества является то, что человек участвует в коллективной деятельности для достижения общих целей. Однако при анализе коллективных действий учитываются не индивидуальные интересы и мотивы, а социальная структура, окружающая индивидуумов. Исходя из этого предположения, предприятия действуют коллективно, чтобы создать отношения конкурентного сотрудничества³. В данном

³ Bengtsson M., Kock S. «Coopetition» in Business Networks – to Cooperate and Compete Simultaneously // Industrial Marketing Management 29, New York, 2000.

случае выигрыш всех субъектов отношений сотрудничества становится важнее максимизации прибыли одного субъекта. Субъекты, вовлеченные в отношения конкурентного сотрудничества, способствуют созданию совокупной стоимости и удовлетворяются меньшей долей дохода для поддержания такого рода отношений. Таким образом, можно выделить следующие положения, удовлетворяющие понятию конкурентного сотрудничества:

- 1) неоднородность ресурсов порождает конкурентное сотрудничество в качестве уникального ресурса, который может являться преимуществом как для конкуренции, так и для сотрудничества;
- 2) кооперационная и конкурентная части конкурентного сотрудничества делятся согласно близости взаимодействия с потребителем;
- 3) решение сотрудничать или конкурировать в производстве конкретных продуктов или на рынке должно приниматься с учетом всех возможностей конкурентов и связей между ними, так как изменение одной взаимосвязи внутри бизнес-группы может повлиять на взаимосвязи других конкурентов и их возможности;
- 4) противоречие между кооперационным и конкурентным типом взаимодействия интегрировано в организациях, вовлеченных в конкурентное сотрудничество, и, следовательно, принятие противоречия и согласованность организационных целей является главным организационным результатом для создания и поддержания конкурентного сотрудничества;
- 5) преимущество конкурентного сотрудничества заключается в комбинации побуждения к развитию новых сфер деятельности, что обеспечивается конкуренцией, и доступа к ресурсам, что обеспечивается сотрудничеством.